

2008年6月20日

報道関係者各位

エコマーク「小売店舗」認定基準策定における検討状況の報告（中間報告）および意見募集を実施します

(財)日本環境協会 エコマーク事務局 (住所：東京都港区、理事長：渡辺 修)では、『小売店舗』サービスに関する認定基準を策定すべく検討を進めていますが、今般、基準策定にあたっての基本方針等について幅広く事業者・消費者の方々の意見を聞くため、これまでの検討状況について中間報告をまとめましたので、お知らせします。

本中間報告に対して、下記のとおり皆様のご意見・アイデアなどを幅広く募集いたします。より良い認定基準の策定のため、皆様のご協力をお願いいたします。

■ ご意見の受付期間

2008年6月20日（金）～7月19日（土）

■ ご意見送付先（エコマーク事務局 基準・認証課）

E-mail：ecomark@japan.email.ne.jp　FAX：03-5114-1257

エコマーク「小売店舗」認定基準策定における検討状況の報告（中間報告）とご意見の募集方法については、次ページ以降をご覧下さい。また事務局ホームページ（http://www.ecomark.jp/） でも公開しています。

以上

＜本件に関するお問い合わせ＞
財団法人日本環境協会 エコマーク事務局 基準・認証課
TEL：03-5114-1253 E-mail: ecomark@japan.email.ne.jp

＜エコマークについて＞

日本唯一の『タイプⅠ環境ラベル』。製品のライフサイクル全体を考慮して策定された認定基準があり、審査、認定後、エコマーク使用契約を締結した商品につけることができる。文具から土木製品など幅広い分野毎に認定基準があり、現在の認定数は4,686 商品（2008年3月末時点）。運営団体：(財)日本環境協会

エコマーク事務局ホームページでは、エコマークに関する最新情報を随時アップしています。

URL：http://www.ecomark.jp/

エコマーク「小売店舗」認定基準策定における
検討状況の報告（中間報告）

2008 年 6 月

エコマーク事務局

エコマークでは、現在、『小売店舗』サービスに関する認定基準（『小売店舗』認定基準）を策定すべく、有識者からなるワーキンググループ（以下、「WG」という）において検討を進めています。
本「中間報告」は、2008 年 6 月現在における WG でのエコマーク『小売店舗』基準に関する検討状況を、エコマーク事務局において取りまとめたものです。
わが国の小売店舗の業態と規模は千差万別であり、施設等のハード面、サービス提供方法などのソフト面も多様なことから、小売店舗全体にわたる一律の基準を策定することは困難と考えられ、第一段階として「大規模小売店舗」を対象とした基準策定を行うこととし、本年 11 月頃にはその基準案を公表することを予定しています。
小売店舗の認定基準は、初めてのサービス分野であり、また、小売店舗全体についてどのような順序で策定するかなど検討課題も多いことから、大規模小売店舗を対象とした基準の公開に先立ち、現時点で、WGにおける検討状況についてとりまとめ、公表することにしました。本中間報告について事業者・消費者のご意見・アイデアなどを幅広く伺いたいと考えています。ご協力のほど、よろしくお願い致します。
（意見の受付方法等につきましては、本報告の最終頁をご覧下さい。）

1.「小売店舗」認定基準策定の背景

わが国は、世界的にも先進国として位置づけられているにも関わらず、京都議定書の目標達成が危ぶまれています。エコマークでは、京都議定書の達成目標を掲げた国の推進する「チームマイナス 6%」に対応するアクションとして、環境に配慮した小売サービスを一般消費者にわかり易く推奨することで、民生・一般家庭部門における環境配慮行動を進展させるとともに、グリーン市場の形成に寄与したいと考えています。

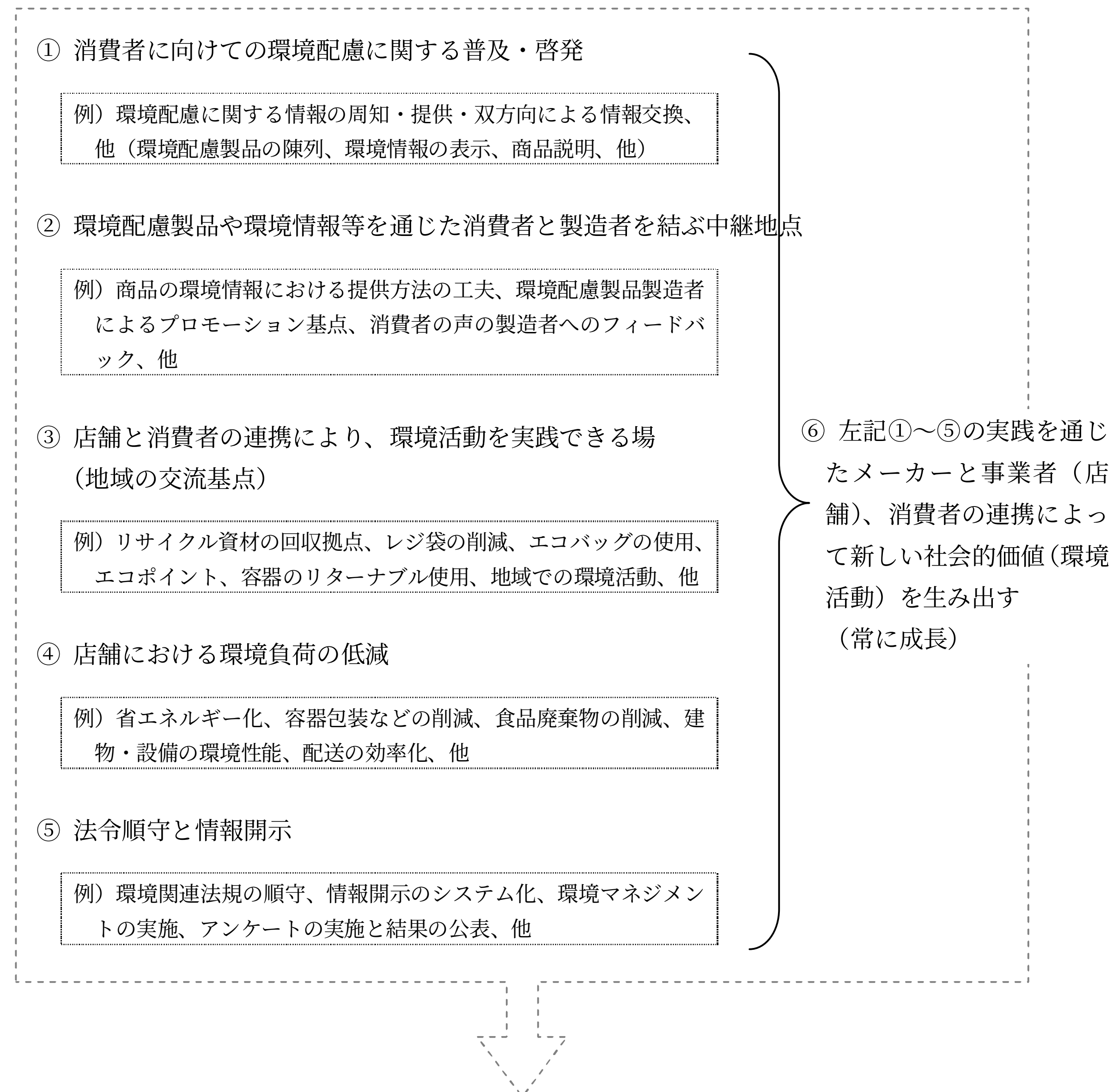
卸売・小売業は、社会生活の中に広く根ざしており、特に小売業を営む小売店舗は一般消費者の生活に密着しています。日本の小売店舗は、その業態と規模が千差万別であり、サービスを提供するための施設等のハード面、サービス提供方法などのソフト面も多様となることから、店舗側として取り組む環境負荷低減の方策においては様々なアプローチが可能であると考えられます。こうした多様な側面を持つ小売店舗サービスにおける環境配慮活動の的確な評価を行い、消費者へ伝えていくことを通し、消費者の環境保全に対する普及・啓発を進めるとともに、環境活動に熱心な店舗に対するイメージが向上することで、来店頻度も増し、ひいてはその店舗の支持につながるという好循環が期待されます。

特に、消費者と最も密接な“売場”における情報発信は、消費者の行動を環境にやさしいものに変革するポテンシャルを持っていることから、小売店舗をエコマークの対象とすることの意義は高いと考えられます。また、小売業を営む店舗は、全国に幅広く存在することから、環境配慮行動を広範囲に浸透させるうえでも、有効な手段と考えられます。

このような背景をもとに、本基準の制定では、エコマークで「小売（店舗）」を認定することを通じて、店舗と消費者の連携による環境活動の実践を促進することにより、持続可能な社会の基盤形成に資することを目的としています。

2.「小売店舗」認定基準策定にあたっての考え方・方針について

「小売店舗」サービスの認定基準（以下、「小売店舗」認定基準といいます。）の策定にあたっては、求められる基本方針を以下①～⑥に整理しました。



■ エコマーク認定店舗のイメージ

幅広い環境配慮製品の品揃え、環境に配慮した営業・サービスを消費者に提供し、消費者と一体となって環境に配慮した活動を推進するお店。

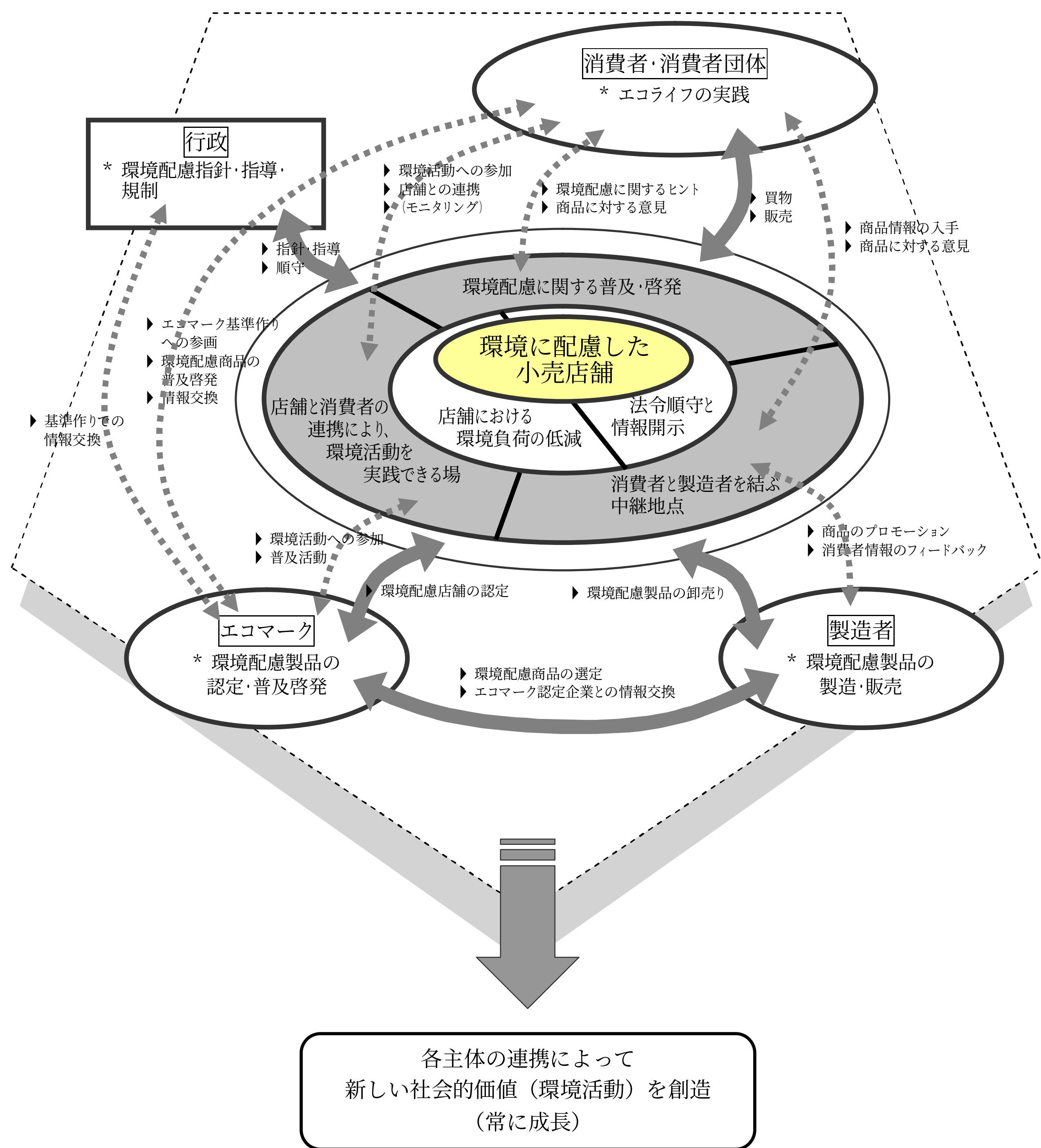


図 1. 小売店舗をとりまく社会の連携イメージ

3. 小売店舗基準の検討方法について（案）

■ 対象とする小売店舗

認定の対象とする小売店舗については、日本産業標準分類「J.卸売・小売業」での“ 小売業 ”を基本として検討を行いました。同分類の中で、小売店舗の認定として適当かどうかが想定できない分類も存在しているため、店舗で取扱う商品種類に対応して、分類する案も考慮しました。しかし、店舗で販売される商品分野はボーダーレス化の傾向にあることから、現段階では日本産業標準分類「J.卸売・小売業」での“ 小売業 ”全般を対象とすることとしました。

今後、基準項目の細部を検討するにあたって、基準に合致しないと考えられる分類についてはピックアップしたいと考えています。

表 1. 日本産業標準分類「J.卸売・小売業」“小売業” 中・小分類

中分類	小分類
55 各種商品小売業	551 百貨店、総合スーパー 559 その他の各種商品小売業 （従業者が常時 50 人未満のもの）
56 織物・衣服・身の回り品小売業	561 呉服・服地・寝具小売業 562 男子服小売業 563 婦人・子供服小売業 564 靴・履物小売業 569 その他の織物・衣服・身の周り品小売業
57 飲食料品小売業	571 各種食料品小売業 572 酒小売業 573 食肉小売業 574 鮮魚小売業 575 野菜・果実小売業 576 菓子・パン小売業 577 米殻類小売業 579 その他の飲食料品小売業
58 自動車・自転車小売業	581 自動車小売業 582 自転車小売業
59 家具・じゅう器・機械器具小売業	591 家具・建具・畳小売業 592 機械器具小売業 599 その他のじゅう器小売業
60 その他の小売業	601 医薬品・化粧品小売業 602 農耕洋品小売業 603 燃料小売業 604 書籍・文房具小売業 605 スポーツ用品・がん具・娯楽用品・楽器小売業 606 写真機・写真材料小売業 607 時計・眼鏡・光学機械小売業 609 他に分類されない小売業

■ 基準作成の順序について

認定店舗として求められる店舗イメージは前記の通りですが、小売業の業態と規模は千差万別であり、そのためにサービスを提供するための施設等のハード面、サービス提供方法などのソフト面も多様です。基準作成においては、店舗の規模によって求められる環境負荷低減方策等の内容・レベルも異なることから、それぞれの規模に応じた基準内容を検討すべきとの結論

に至りました。（検討のイメージは下表の通りです）

なお、基準の検討順序については、1 店舗において環境負荷や社会影響が大きいと思われる大規模小売店舗から着手することとしました。大規模小売店舗は、小売店舗における様々な機能を持ち合わせていることから、ここで作成した基準項目は、小規模・中規模小売店舗の認定基準を作成する際にも応用が可能と考えられます。

表 2. 小売店舗に関する基準作成の順序（案）

	基準の単位	規模	認定単位	特徴･その他
第1段階	大規模小売店舗	1,000 ㎡以上 （店舗面積*1） ※ 経済産業省「大規模小売店舗立地法」に基づく。	1 店舗ごと	▶ “All in One” モデルの基準項目。 ▶ 認定･審査： エコマーク事務局による現地審査を導入。 ▶ 運用維持： 環境マネジメントシステム（EMS）を活用する。 ▶ 主な認定対象イメージ： 百貨店、ショッピングセンター、 スーパーマーケット（大規模）、等
第2段階	中規模･小規模小売店舗	1,000 ㎡未満 ※ 中規模･小規模の区分け面積等については検討時に明確化。	1 店舗ごと	※ 第 1 段階が完了した後、検討することとし、以下はその際のイメージ。 ▶ 消費者参加の仕組みを重視。 ▶ 認証･審査、運用維持： EMS 等の活用や消費者団体によるモニタリング活用など、様々な主体の参加を考慮。 ▶ 中規模小売店舗と小規模小売店舗については、それぞれ基準内容を分離。 ▶ 主な認定対象イメージ： 中規模小売店舗･･･ スーパーマーケット、各種専門店、等 小規模小売店舗･･･ コンビニエンスストア、個人商店、等
第2段階以降	商店街、ショッピングモール、等	小規模小売店舗の集合体を想定	未定	※ 第 2 段階が完了した後、検討することとし、現時点では未定。

*1) 店舗面積：経済産業省「大規模小売店舗立地法」での“店舗面積”に含まれる部分とは、①売場 ②ショーウインド ③ショールーム等 ④サービス施設 ⑤物品の加工修理場のうち顧客から引受（引渡を含む。）の用に直接供する部分。

4. 基準項目（観点）について

前述の通り、具体的な認定基準の検討にあたっては、第一段階として、「大規模小売店舗」を対象としました。したがって、基準項目の作成にあたっては、基本方針の内容を全般的に網羅できるよう整理しました。また、基準項目の並び順については、申込み企業やグリーンコンシューマに馴染み深い、環境報告書におけるとりまとめ順序の傾向に従っています。

基準項目は、大きく「必須項目」と「選択項目」に分け、必ず満たすべきと思われる要件については「必須項目」とし、その他を「選択項目」として整理しました。これは、日本の小売店舗の業態・規模が千差万別であるため、従来のエコマークのような画一的な基準項目でなく、様々な店舗の多様な環境負荷低減の取り組みを「選択項目」として評価できるようにするためです。「選択項目」については項目毎に点数を設け、選択項目での合計点数の下限値を定めることを予定しています。

表 3. 大規模小売店舗における基準項目（観点）

基準項目	必須項目	選択項目	主な要件
1. 販売商品			
1-1. 販売製品に関すること	●		環境配慮商品に関する仕入れ管理システムの構築
	●		環境配慮商品が選択的に陳列される仕組みの構築
	●		環境配慮商品の扱い ①販売目標･選定基準 ②陳列数 ③環境情報の表示
	●		家電機器に関する省エネ情報の提供
	●		環境配慮商品を購入･選択促進させるための仕組みの構築
2. 地域住民･消費者との関係			
2-1. 消費者への呼びかけ	●		環境配慮商品の購入をはじめとした環境活動への呼びかけ
	●		環境配慮店であることの周知
2-2. 地域環境活動や消費者参加による協働事業	●		地域との環境活動の実践
		●	見学会の開催
		●	1日エコ店長の設置
		●	エコポイントの運用
		●	対応窓口の設置
		●	意見要望に対する対応結果の公表
		●	地産地消の実践
3. 環境マネジメント			
3-1. 環境マネジメントの導入	●		環境マネジメントの導入
	●		環境マネジメント推進体制とエコマークの位置づけ
3-2. 従業員教育	●		［従業員教育の実践①］ 店頭の環境活動
	●		［従業員教育の実践②］ 会社の環境活動
3-3. 運営体制･環境方針･その他	●		法規の順守
	●		組織構造と責任の明確化
	●		環境方針の立案
	●		行動計画と目標の立案
	●		年間実績のとりまとめと目標･環境活動の公表
		●	定期刊行物（外部向け）における環境配慮商品や環境活動の公表
		●	消費者へのアンケートと結果の公表
4. 物流			
4-1. 配送			
① 店舗において実施	●		リターナブル容器･包装資材の活用
		●	エコマーク認定のリターナブル容器･包装資材の活用
	●		エコドライブの推奨
② 店舗と運送機関との協同において実施		●	エコドライブの実施
		●	環境配慮車両の導入
		●	共同配送システムの構築
		●	モーダルシフトの実施
		●	配送の効率化（ルート、納品時間帯、車両台数等の工夫）
③ その他		●	輸送に係る LCA データの公表

基準項目	必須項目	選択項目	主な要件
5. 廃棄物の削減			
5-1. 消費者との連携による廃棄物の削減			
① 包装などの削減	●		包装材削減に関する PR の実施
		●	［レジ袋の削減①］ マイバッグ、マイバスケットの販売
		●	［レジ袋の削減②］ 買物袋スタンプカード、レジ袋適量配布など、辞退率向上のための活動の実施
		●	［レジ袋の削減③］ 配布の廃止もしくは有償配布
		●	環境に配慮した容器包装（レジ袋以外）の使用
	●		簡易包装などの実施
		●	容器・包装の使用削減対策（薄型化、軽量化、他）の実施
		●	量り売り・ばら売りの実施
		●	内容量に合わせた容器設定の実施
② 回収リサイクル	●		容器包装（容器包装リサイクル法の対象となる容器包装）の店頭回収システムの構築
		●	［リサイクル資源の店頭回収の実施①］ ボタン電池
		●	［リサイクル資源の店頭回収の実施②］ インクカートリッジ
	●		店頭回収の呼びかけの実施
		●	店頭回収した容器包装のリサイクル等に関する消費者への情報提供
5-2. 店舗が行う廃棄物（食品廃棄物以外）の削減	●		廃棄物発生量の削減に関する取組みの実施
		●	蛍光管の回収とリサイクルの推進
		●	ハンガーのリユース・リサイクルの実施
		●	配送における容器・包装のリサイクルの実施
5-3. 食品廃棄物の削減（食品を扱っている場合のみ適用）	●		食品廃棄物リサイクルの実施
	●		製造工程の改善による廃棄ロス・調理くず削減の実施
	●		配送及び保管方法の改善による食品廃棄物削減の実施
		●	受発注管理の高度化による食品廃棄物削減の実施 ②
		●	販売方法等の改善による売れ残り削減の実施
		●	食品廃棄物のリサイクルや発生抑制等に関する消費者への情報提供
		●	食品廃棄物の発生抑制などに関する研究開発の推進
		●	食品廃棄物の特定肥飼料等化および利用システムの構築
		●	食品廃棄物を再生利用または減量するための施設整備の促進
5-4. 店舗の備品・その他	●		店舗消費用品の削減努力
		●	［グリーン購入の実施①］ 衛生用品など
		●	［グリーン購入の実施②］ 文具・事務用品など
		●	［グリーン購入の実施③］ 事務機器など
		●	［グリーン購入の実施④］ レシート
		●	［グリーン購入の実施⑤］ 広告用材料
		●	［グリーン購入の実施⑥］ 制服
		●	［グリーン購入の実施⑦］ その他の店舗資材
		●	販促物などの使い回し有効利用の実施
		●	設備機器などの使い回し有効利用の実施
6. 設備・エネルギー			
6-1. 使用エネルギー	●		使用エネルギー（電気・ガス・水道）と排出 CO_2 の把握
		●	再生可能エネルギー・資源の利用設備の設置
		●	［☆］ 自然エネルギーの利用設備の設置
		●	グリーン電力の購入
6-2. 建物・設備			
① 建物全体		●	［☆］ 建物の断熱性能が優れている
② 設備全般	●		エネルギー機器と使用エネルギーの管理
	●		設備・機器の定期的な点検
③ 空調設備		●	［☆］ 空調設備のエネルギー消費係数が優れている
		●	空調のインバータ制御
		●	［☆］ 空調におけるゾーン別制御の実施
		●	省エネ基準達成率 100％のエアコンディショナーの設置
		●	エアコンディショナーの温度調節の実施（夏季：28℃以上、冬季：20℃以下）
		●	［☆］ 機械換気設備のエネルギー消費係数が優れている
④ 照明設備		●	［☆］ 昼光利用設備もしくは自動調光システムの設置
		●	［☆］ 照明設備のエネルギー消費係数が優れている
		●	省エネ基準達成率 100％の蛍光灯器具の設置
		●	バックヤードにおける電灯のコントロール
⑤ 冷凍・冷蔵設備		●	インバータ制御による省エネ冷凍・冷蔵機器の設置
		●	冷凍・冷蔵機器のカバー・ドアのコントロール（設備全体の 20％以上）
		●	［☆］ 冷凍冷蔵設備の冷却剤に ODP=0 の冷媒を使用

基準項目	必須項目	選択項目	主な要件
⑥ その他の設備		●	［☆］ 給湯設備のエネルギー消費係数が優れている
		●	省エネ基準達成率 100%以上のガス調理機器の設置
		●	コージェネレーション化によるエネルギーの有効利用の実施
		●	省エネ基準達成率 100%以上の温水機器の設置
		●	エレベーターのエネルギー消費係数が優れている
		●	省エネ基準達成率 100%以上の自動販売機の設置
		●	省エネ基準達成率 100%以上の電気便座の設置
		●	［☆］ 節水型機器または自動水栓設備の設置
		●	自動 ON/OFF などの省エネルギー設備･機器の設置

※［☆］：「建築物総合環境性能評価システム（CASBEE）」／日本サステナブル･ビルディング･コンソーシアム（JSBC）における同様の基準との互換性を考慮。

なお、今後、以下のような課題も検討を予定しています。

- 環境配慮商品の範疇。
- 認定・審査における環境マネジメントシステムの活用。
- グループ会社等の対象とする範囲の扱い。

5. 認定・パフォーマンス維持の方法について

小売店舗をはじめとしたサービスは､日々サービスの内容が移り変わるという性質があるため､認定・およびその後の運用維持にあたっては、これまでの製品に係る認定・パフォーマンス維持とは異なる検討が必要です。

「小売店舗」基準の認定・パフォーマンス維持の方法については、以下が考えられます。

1）現地確認の導入

小売店舗の認定にあたっては認定の対象にサービスを含みますが、小売店舗ではサービスの内容が日々移り変わることから、認定・審査の際に、現地での実施状況の確認が必要となります。

2）環境マネジメントシステム（EMS）の活用

製品において、品質管理に相当する部分が、店舗やサービスにおいては通常、社内の管理体制（マネジメントシステム）によって統制されていると考えられます。特に、環境改善行動の PDCA サイクルを管理するための手法として、ISO14001 やエコアクション 21 といった「環境マネジメントシステム（EMS）」の認証制度が存在します。これらの認証制度では、定期的（概ね 1 年）な外部監査が入ることとなっています。

この「環境マネジメントシステム（EMS）」にエコマークの基準内容が組み込まれていれば、定期的に第三者による確認が行われるため、パフォーマンスの『質』の維持を確保できると考えられます。これらより、エコマーク「小売店舗」基準のうち大規模小売店舗の基準においては、EMS が導入されていることを必須条件として整理しました。

3）消費者によるモニタリングの活用

本基準策定の基本方針として、店舗と消費者の連携による環境活動の実践の促進があります。消費者団体などによるモニタリングは、消費者の環境活動への参加および、第三者によるチェックの一旦を担うことができると考えられます。普及方策の一環として、また中小小売店舗における質の維持の確保方策の一つとして、今後検討を進めたいと考えています。

表 4. 大規模小売店舗における認定・維持の方法（例）

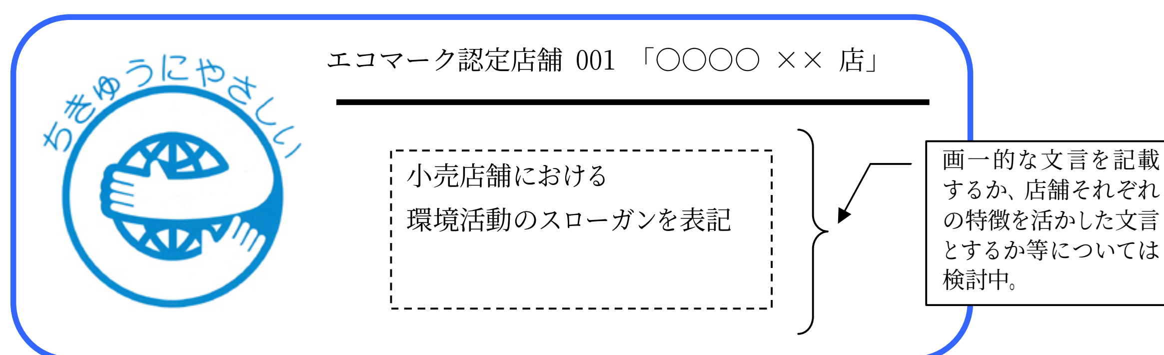
店舗	認定･審査～モニタリング		
	エコマーク事務局	EMS	消費者団体
エコマークの申込み時	① 書類審査 ② 現地審査		
定期的なパフォーマンスの確認	* 点検結果の確認	* EMS の定期点検においてエコマーク基準のパフォーマンスを確認	
消費者評価	* 調査結果の確認		* モニタリング調査

6. エコマーク表示方法について

エコマークの表示方法については、製品の場合、「エコマーク使用の手引」により、製品、包装、カタログ・リーフレット、取扱説明書などへの表示方法を定めています。

小売店舗などのサービスの場合、マークをどのように表示すれば、消費者への啓発により効果的かなど、製品におけるマーク表示の考え方とは、別の視点からの検討が必要です。

本基準の運用において目標とする店舗は、「幅広い環境配慮製品の品揃え、環境に配慮した営業・サービスを消費者に提供し、消費者と一丸となって環境に配慮した買物行動を推進するお店」です。この目標を実現するには、認定店舗の店頭や入口など、消費者の目につきやすい場所に、認定の主旨とともにマーク表示（看板など）されていることがわかりやすいと考えます。この場合の店頭表示での一例を示すと、以下のようになります。



7. 今後の検討スケジュール概要

現時点では、以下のスケジュールによる検討を予定しています。

2008 年 6 月中旬～7 月中旬	▶ 本報告書（中間報告）の公表及び意見の受付（1 ヶ月間）
～10 月上旬	▶ 「(大規模）小売店舗」認定審査方法の検討、基準公開案のとりまとめ
11 月～12 月	▶ 「(大規模）小売店舗」認定基準案の公表及びパブリックコメント受付（2 ヶ月間）
2009 年 1～2 月	▶ パブリックコメントへの対応検討
2009 年 3 月	▶ 「(大規模）小売店舗」認定基準制定（予定）

＊ 第 2 段階の「(中小規模）小売店舗」基準の検討開始時期については、上記の「(大規模）小売店舗」基準の制定後に改めてその認証状況等を踏まえ検討。

ご意見の受付方法について

「「小売店舗」認定基準策定における検討状況の報告（中間報告）」に関して、ご意見・アイデアなどございましたら、下記のとおり、メールまたは FAX により、ぜひお寄せください。いただいたご意見・アイデアにつきましては、WG における検討の参考とさせて頂きます。

なお、今回は正式なパブリックコメント受付ではありませんので、意見概要の公表・回答は行いませんのでご了承ください。

今回のご意見をもとに、さらに検討を進め、大規模小売店舗に係る基準案については、2008 年末を目途に公表した段階で、公式のパブリックコメント受付を行う予定です。

■ ご意見の受付期間
2008 年 6 月 20 日（金）～7 月 19 日（土）

■ ご意見送付先（エコマーク事務局 基準・認証課）
E-mail： ecomark@japan.email.ne.jp
FAX： 03 - 5114 - 1257